

**PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN,FAKTOR PRIBADI,FAKTOR
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION MATAHARI
DEPARTEMENT STORE SECARA ONLINE
(STUDI PADA MASYARAKAT PONOROGO)**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Progam Strata Satu (S-1)
pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Helda Rivatul Mahmuddah
NIM : 20415286
Progam Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Faktor Kebudayaan , Faktor Pribadi
Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian
Fashion Matahari Departement Store Secara
Online. (Studi Pada Masyarakat Ponorogo)
Nama : Helda Rivatul Mahmuddah
NIM : 20415286
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 09 Maret 2002
Progam Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk Menyusun
skripsi pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 09 Agustus 2024

Pembimbing I

Dra. Umi Farida, M.M
NIDN. 0710016101

Pembimbing II

Siti Chamidah, S.E. Msi
NIDN. 0019057101

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Yudi Sumarsono, S.E., M.Si
NIDN. 097605082005011002

Dosen Penguji :

Dosen Penguji I

Dra. Umi Farida, M.M
NIDN. 0710016101

Dosen Penguji II

Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN. 0707118602

Dosen Penguji III

Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Ponorogo 09 Agustus 2024

Penulis



Helda Rivatul Mahmuddah
NIM . 20415286

MOTTO

Berusahalah Semaksimal Mungkin, Karena Kesuksesan Di Raih Dengan

Berusaha Sebaik-baiknya

(Helda Rivatul M)

Anganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman."

(QS. Ali Imran: 139)

Beri aku 1.000 orang tua, niscaya akan kucabut Semeru dari akarnya. Beri aku 10 pemuda niscaya akan kuguncangkan dunia."

(Qs.Ir Soekarno)

"Berpedomanlah pada harapan dan ketetapan hati, berpedomanlah pada cita-cita, berpedomanlah pada impian dan angan-angan."

(Qs. Ir Soekarno)

"Karena sesungguhnya, dengan kesulitan akan ada kemudahan."

(QS. Al Insyirah: 5)

"Mereka merencanakan dan Allah Swt. merencanakan. Sesungguhnya, Allah Swt. adalah perencana terbaik." (QS. Al-Anfal:30)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Kebudayaan, **“Faktor Pribadi,Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Matahari Departement Store Secara Online (Studi Pada Masyarakat Ponorogo)”** Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak Mujiono yang paling saya rindukan. Terimakasih atas semua yang diberikan dan selalu menjadi alasan utama penulis bertahan menyelesaikan skripsi ini. Kemudian sosok perempuan hebat yang teristimewa Ibu Harmini atas segala perjuangan dan pengorbanannya mendidik dan mendukung setiap langkah penulis hingga saat ini. Serta seluruh keluarga yang telah memberikan semangat.
2. Ibu Dr.Umi Farida , M.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan ,kritikan ,saran, motivasi bimbingan dan dukungan penuh dan selalu meluangkan waktu di se; kesibukanya.
3. Ibu Siti Chamidah S.E Msi selaku Pembimbing II yang telah memberikan kritikan ,saran bimbingan ,motivasi penuh, semangat dan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Sahabat saya teruntuk Mey Ernanda Putri ,Rara , ,Masria Kumala, Dhela , Fera ,Nanin, Sari Terimakasih selama ini sudah memberikan dukungan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Dan teruntuk kakakku Eko Nurul Damningsih terimakasih selama ini sudah kebersamaan dan memberikan dukungan motivasi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman – temanku seperjuangan kelas D terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat dan terimakasih selama perkuliahan memberikan energi yang positif semoga kalian sukses selalu.
7. Semua pihak yang terlibat.Teman-teman seperjuangan di perkuliahan dan teman- temanku di organisasi terimakasih sudah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan untuk diriku sendiri terimakasih selama ini sudah berjuang dan semangat demi tugas akhir selesai dengan baik.Dan terimakasih selama ini sudah proses dengan baik dan mampu melewati rintangan yang menghadang dan tidak pernah putus asa demi menyelesaikan skripsi ini.

Ponorego 09 Agustus 2024



Helda Rivanul Mahmaddah

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang **Berjudul Pengaruh Faktor Kebudayaan, Faktor Pribadi, Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Matahari Departement Store Secara Online** ". Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Ibu Dr.Umi Farida, M.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan Bimbingan dan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Siti Chamidah S.E Msi selaku Pembimbing II yang telah memberikan Bimbingan dan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Fery Setiawan SE.,MM selaku wali kelas Manajemen D yang telah memberikan motivasi dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Waasalamuataikum Wr.Wb

Ponorogo, 09 Agustus 2024



Helda Rivatul M
NIM. 20415286

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Pernyataan	v
Persembahan	vi
Motto	viii
Ringkasan.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xix

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	5
1. Bagi Peneliti.....	5
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	5
3. Bagi Pembaca Lain	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	7
1. Definisi Theory Of Planned Behavior	7
2. Pengertian Pemasaran.....	8
3. Definisi Manajemen Pemasaran	9
4. Bauran Pemasaran / Markeeting Mix	10
5. Perilaku Konsumen	12
6. Model Perilaku Konsumen	13
7. Faktor Faktor Perilaku Konsumen.....	14
8. Faktor Kebudayaan.....	16
a. Definisi Faktor Kebudayaan.....	16
b. Indikator Faktor Kebudayaan	17
9. Faktor Pribadi	18
a. Definisi Faktor Pribadi	18
b. Indikator Faktor Pribadi.....	18
10. Faktor Sosial	19

a. Definisi Faktor Sosial	19
b. Indikator Faktor Sosial	19
11. Keputusan Pembelian	20
a. Definisi Keputusan Pembelian	20
b. Proses Pengambilan Keputusan	21
c. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Konseptualn Penelitian	33
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	39
a. Populasi Penelitian.....	39
b. Sampel Penelitian	40
3.2 Metode Pengambilan Data.....	41
A. Jenis Data	41
a. Data Primer	41
a. Kuesioner.....	42
3.3 Definisi Operasional Variabel	44
3.4 Metode Analisis Data	45
A. Uji Instrumen Data.....	45
a. Uji Validitas	45
b. Uji Reabilitas	46
3.6. Alat Analisis Data.....	46
a. Alat Regresi Linear Berganda	46
b. Koefisien Determinasi.....	47
3.7 Uji Hipotesis.....	48
a. Uji T (Uji Parsial)	48
b. Uji F (Simultan).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	50
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
a. Profil Perusahaan.....	50
b. Visi & Misi Matahari Departement Store	52
c. Stakeholder	52
1. Gambaran Umum Responden.....	54
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
c. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	55
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	56
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	57

a. Perhitungan Skala Likert	57
b. Variabel Faktor Kebudayaan	58
c. Variabel Faktor Pribadi	59
d. Variabel Faktor Sosial	60
e. Variabel Keputusan Pembelian	61
3. Pengujian	62
1. Uji Instrumen Data	62
a. Uji Validitas.....	62
b. Uji Reabilitas	63
2. Analisis Data	63
a. Analisis Regresi Linear Berganda	63
b. Koefisien Determinasi	66
3. Uji Hipotesis.....	67
a. Uji T (Parsial)	67
1. Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
2. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	69
3. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	71
4. Pengaruh Faktor Kebudayaan,pribadi,sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTKA	86
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2.2 Skala Likert	45
Tabel 3.1 Definisi Operasional	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	55
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	56
Tabel 4.5 Skala Interval Skor Persepsi Variabel.....	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Faktor Kebudayaan	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Faktor Pribadi	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Faktor Sosial.....	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi linear Berganda	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial T.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji F Silmultan	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Theory Of Planned Behaviour.....	8
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.3 Proses Pengambilan Keputusan	22
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	33
Gambar 4.1 Logo Matahari Com	51
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan H_a1 Dan Penolakan H_01	68
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan H_a1 Dan Penerimaan H_01	70
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan H_a1 Dan Penolakan H_a1	71
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji F	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Data Responden.....	94
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	97
Lampiran 4 Hasil Rata-Rata Jawaaban Responden	99
Lampiran 5 Hasil Olah Data	100
Lampiran 6 Tabel R	108
Lampiran 7 Tabel T.....	116
Lampiran 8 Cek Plagiasi	123
Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan	124
Lampiran 10 Hasil Submit Artikel.....	126
Lampiran 11 Tampilan Aplikasi Matahari Com Dan Market Place	127



ABSTRAK

Helda Rivatul Mahmuddah, NIM 20415286 ,Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Skripsi : “Pengaruh Faktor Kebudayaan ,Faktor Pribadi, Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian”.

Pada era globalisasi ini, perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya pasar tanpa batas wilayah atau antar negara, adanya revolusi teknologi komunikasi dan informasi pada akhirnya mampu menciptakan media baru online. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor kebudayaan, pribadi, sosial terhadap keputusan pembelian .

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif .Populasi penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti di karenakan jumlah konsumen matahari dalam satu wilayah ponorogo yang menggunakan aplikasi matahari com atau market place banyak dan belum ada data secara pasti . Metode pengambilan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling sebanyak 70 responden. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner yang di bagikan melalui google form. Pengukuran data menggunakan skala likert satu sampai lima dimana 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan 5 untuk jawaban sangat setuju. Analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (Stastical Package For The Social Sciences) melalui aplikasi SPSS 25.

Hasil analisis menunjukkan bahwa, faktor kebudayaan berpengaruh tidak signifikan ,faktor pribadi berpengaruh signifikan dan faktor sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Matahari terhadap keputusan pembelian konsumen Matahari .

Kata Kunci : ***Faktor Kebudayaan ,Faktor Pribadi,Faktor Sosial***